

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração – CADM

PLANO DE NEGÓCIO: NF Studio Automotivo

ERICA CABRAL GUEDES

João Pessoa

Maio 2018

ERICA CABRAL GUEDES

PLANO DE NEGÓCIOS: NF STUDIO AUTOMOTIVO

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharela em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professor Orientador: Msc. Suelle Cariele de Souza e Silva

João Pessoa

Maio 2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

G924p Guedes, Erica Cabral.

Plano de Negócio: NF Studio Automotivo / Erica Cabral Guedes. – João Pessoa, 2018.
37f.: il.

Orientador(a): Profª Msc. Suelle Cariele de Souza e Silva.

Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Plano de Negócio. 2. Lava Jato. 3. NF Studio Automotivo. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluno: Erica Cabral Guedes

Trabalho: Plano de Negócios: NF Studio Automotivo

Área da pesquisa: Plano de Negócio; Empreendedorismo

Data de aprovação: 25 de Maio de 2018

Banca examinadora

Suelle Cariele de Souza e Silva
Orientador

Rosivaldo de Lima Lucena
Membro

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por todo sustento necessário. A minha família pelo incentivo e apoio durante todo o período de graduação e ao meu esposo que sempre me motivou a realizar os meus sonhos.

SUMÁRIO EXECUTIVO

A NF Studio Automotivo será uma organização de médio porte com o objetivo de prestar um serviço diferenciado no mercado de lavagem de veículos, buscando atender às necessidades específicas dos seus clientes. Por ter um público amplo e uma grande concorrência dentro da cidade de João Pessoa, o Studio Automotivo trará um novo conceito por meio de um serviço de alta qualidade e preço justo. O prazo para iniciar suas atividades é Junho de 2019, período necessário para angariar os recursos financeiros necessários. Toda a estrutura da organização será adaptada para não agredir ao meio ambiente. Assim, será implantada uma cultura de descarte dos materiais, e em muitos casos, a reutilização dos utensílios, a fim de minimizar o lixo final. Teremos também a opção de lavagens ecológicas, aquela que não utiliza água, mas sim produtos biodegradáveis. Todos os funcionários terão um fardamento e um tipo de atendimento padronizado, e passarão por treinamentos frequentes buscando a melhoria na realização dos serviços. No âmbito financeiro, a NF Studio Automovido, se mostra um negocio bastante promissor, segue alguns principais indicadores financeiros:

| Indicadores Financeiros | |
|----------------------------------|---------|
| Lucratividade | 37,24 |
| Rentabilidade | 330,85 |
| Prazo de Retorno do Investimento | 3 meses |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 - Descrição CNAE..... | 12 |
| Figura 2 - Crescimento da frota de veículos..... | 14 |
| Figura 3 - NF Studio Automotivo..... | 25 |
| Figura 4 - Leiaute | 28 |
| Figura 5 - Fluxograma do macroprocesso | 30 |
| Figura 6 - Projeções..... | 36 |
| Figura 7 - Cenários | 37 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|----|
| Quadro 1 - Capital Social | 13 |
| Quadro 2 - Análise da concorrência | 16 |
| Quadro 3 - Análise SWOT | 17 |
| Quadro 4 - <i>Mix</i> de produtos..... | 24 |
| Quadro 5 - Precificação | 26 |
| Quadro 6 – Investimento fixo inicial..... | 32 |
| Quadro 7 – Investimento fixo: insumos | 32 |
| Quadro 8 - Despesas operacionais..... | 33 |
| Quadro 9 - Despesa com pessoal..... | 33 |
| Quadro 100 - Prazo médio de recebimento de vendas | 33 |
| Quadro 11 - Prazo médio de recebimento de vendas | 34 |
| Quadro 12 - Depreciação..... | 34 |
| Quadro 13 - Caixa mínimo | 34 |
| Quadro 14 - Receita operacional | 35 |
| Quadro 15 - DRE..... | 37 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1 - Gênero | 19 |
| Gráfico 2 - Renda | 20 |
| Gráfico 3 - Satisfação | 21 |
| Gráfico 4 - Quantidade de automóveis que possui | 21 |
| Gráfico 5 - <i>Delivery</i> | 22 |

LISTA DE SIGLAS

| | |
|--------|--|
| SEBRAE | Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas |
| PEGN | Pequenas Empresas Grandes Negócios |
| CNAE | Classificação Nacional de Atividades Econômicas |

SUMÁRIO

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO | 11 |
| 1.1 | Dados dos Empreendedores | 11 |
| 1.2 | Orientadores Estratégicos da Organização | 11 |
| 1.3 | Setores de Atividades | 12 |
| 1.4 | Forma Jurídica..... | 12 |
| 1.5 | Capital Social | 13 |
| 2 | ANÁLISE DE MERCADO | 14 |
| 2.1 | Análise dos Clientes | 15 |
| 2.1.1 | Público-Alvo | 15 |
| 2.1.2 | Comportamento dos Clientes..... | 16 |
| 2.2 | Análise da Concorrência | 16 |
| 2.3 | Análise SWOT | 17 |
| 2.3.1 | Forças | 17 |
| 2.3.2 | Fraquezas | 18 |
| 2.3.2 | Oportunidades | 18 |
| 2.3.3 | Ameaças..... | 18 |
| 3 | PESQUISA DE MERCADO | 19 |
| 3.1 | Analisando o Perfil do Cliente | 19 |
| 3.2 | Análise da Satisfação dos Clientes..... | 20 |
| 3.3 | Analisando a Futura Demanda | 21 |
| 3.4 | Análise Geral dos Resultados..... | 22 |
| 4 | PLANO DE MARKETING..... | 24 |
| 4.1 | Produtos e serviços..... | 24 |
| 4.1.1 | Descrição dos Serviços | 24 |
| 4.2 | Logo | 25 |
| 4.3 | Preço..... | 25 |
| 4.4 | Estratégias Promocionais | 26 |
| 4.5 | Localização do Negócio | 27 |
| 5 | PLANO OPERACIONAL..... | 28 |
| 5.1 | Leiaute | 28 |
| 5.2 | Capacidade Instalada..... | 29 |
| 5.3 | Processos Operacionais | 29 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 5.3.1 | Atendimento..... | 29 |
| 5.3.2 | <i>Check list</i> | 29 |
| 5.3.3 | Rampas de Lavagens..... | 29 |
| 5.3.4 | Secagem..... | 30 |
| 5.3.5 | Polimentos – Revitalizações | 30 |
| 5.3.6 | Finalização..... | 30 |
| 5.4 | Fluxograma do Processo | 30 |
| 5.5 | Necessidade de Pessoal | 31 |
| 5.5.1 | Recrutamento | 31 |
| 5.6 | Políticas Motivacionais | 31 |
| 6 | PLANO FINANCEIRO | 32 |
| 6.1 | Investimento Inicial..... | 32 |
| 6.2 | Capital de Giro – Estoque Inicial | 32 |
| 6.2.1 | Despesas Operacionais | 33 |
| 6.2.2 | Despesas com Pessoal..... | 33 |
| 6.3 | Contas a Receber | 33 |
| 6.3.1 | Prazo Médio de Compras – Fornecedores | 34 |
| 6.4 | Depreciação | 34 |
| 6.5 | Caixa Mínimo..... | 34 |
| 6.6 | Receita Operacional | 35 |
| 6.6.1 | Projeção das Receitas..... | 35 |
| 7 | CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS | 37 |
| 7.1 | DRE – Demonstrativo dos Resultados | 37 |
| 8 | INDICADORES DE VIABILIDADE..... | 38 |
| 8.1 | Ponto de Equilíbrio..... | 38 |
| 8.2 | Lucratividade: Margem Líquida..... | 38 |
| 8.3 | Rentabilidade..... | 39 |
| 8.4 | Prazo de Retorno do Investimento | 39 |
| 9 | DECISÃO GERENCIAL | 40 |
| | APÊNDICE | 41 |

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Neste capítulo, são apresentados os dados descritivos do empreendimento necessários para compreensão geral da natureza do negócio e suas características de mercado.

1.1 Dados dos Empreendedores

A empresa NF Studio Automotivo surgiu de um sonho do seu sócio fundador, Ygor Nunes de Freitas, 25 anos, residente na Rua Maria do Carmo Guedes Lima, nº 149, José Américo, João Pessoa – PB. Ele sempre foi apaixonado pelo meio automobilístico, e, aos vinte e um anos, comprou seu primeiro carro. Desde então, não parou de buscar melhorias para seu veículo e se encanta, cada vez mais, com este universo.

Considerando a abertura da empresa em 2019, Ygor planeja se qualificar na área, com cursos voltados para polimentos, um curso básico de mecânica, dentre outros, a fim de passar conhecimento para sua equipe, uma vez que o maior diferencial da NF Studio Automotivo será a qualidade nos processos. Ygor terá como sócia sua esposa Erica Cabral Guedes, 24 anos, concluinte do curso de Administração pela Universidade Federal da Paraíba. Erica ficará responsável pela parte de *marketing*, gerenciando a presença digital da organização, *merchandising*, campanhas publicitárias e auxiliando nos processos financeiros.

1.2 Orientadores Estratégicos da Organização

Missão: Fornecer serviços automotivos com foco em higienização de alta performance, visando à comodidade e satisfação para o cliente.

Visão: Ser uma empresa de referência no mercado de lavagens automotivas, até o ano de 2020, atuando de forma ética e sustentável.

Valores:

- **Ética:** Todos os nossos serviços serão pautado pelo respeito ao meio ambiente e ao consumidor, praticando ações claras e justas.

- **Profissionalismo:** Ter total responsabilidade com a prestação do serviço e buscar sempre atender às necessidades dos clientes.
- **Inovação:** Sempre buscar o aprimoramento na prestação do serviço para atender os nossos clientes da melhor forma possível.

1.3 Setores de Atividades

A NF Studio Automotivo se enquadrará como atividade de serviços de lavagem, lubrificação e polimento de veículos automotores, classificado pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE/IBGE). Optando pelo Simples Nacional, por se tratar, inicialmente, de uma empresa de pequeno porte, respeitando todos os requisitos previstos na Lei.

Figura 1 - Descrição CNAE

| Hierarquia | | |
|--|--|---|
| Seção: | G | COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS |
| Divisão: | 45 | COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS |
| Grupo: | 452 | MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES |
| Classe: | 4520-0 | MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES |
| Subclasse: | 4520-0/05 | SERVIÇOS DE LAVAGEM, LUBRIFICAÇÃO E POLIMENTO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES |
| Notas Explicativas: | | |
| Esta subclasse compreende: | | |
| - os serviços de lavagem, lubrificação e polimento de veículos automotores | | |
| Esta subclasse compreende também: | | |
| - os serviços de lavagem e lubrificação de caminhões, ônibus e outros veículos pesados | | |
| Lista de Atividades | | |
| Registros encontrados: 6 | | |
| Mostrar: 10 ▾ registros por página | | |
| Código ▲ | Descrição CNAE ▾ | |
| 4520-0/05 | LAVA JATO, LAVA RÁPIDO DE VEÍCULO AUTOMOTOR; SERVIÇOS DE | |
| 4520-0/05 | LAVAGEM A SECO (ECOLÓGICA) DE VEÍCULOS AUTOMOTORES; SERVIÇOS DE | |
| 4520-0/05 | LAVAGEM A SECO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES; SERVIÇOS DE | |
| 4520-0/05 | LAVAGEM AUTOMOTIVA A SECO; SERVIÇOS DE | |
| 4520-0/05 | LAVAGEM, LUBRIFICAÇÃO E POLIMENTO DE CAMINHÕES, ÔNIBUS E VEÍCULOS PESADOS; SERVIÇOS DE | |
| 4520-0/05 | LAVAGEM, LUBRIFICAÇÃO E POLIMENTO DE VEÍCULO AUTOMOTOR; SERVIÇOS DE | |

Fonte: CNAE/IBGE, (2018)

1.4 Forma Jurídica

A empresa estará de acordo com todas as exigências legais, no momento da sua abertura:

- Enquadramento Sindical
- CLT – Consolidação das Leis do Trabalho

- Licença Ambiental
- Código de Defesa do Consumidor
- Alvará de Funcionamento da Prefeitura Municipal de João Pessoa
- Corpo de Bombeiros Militar

1.5 Capital Social

O capital social será oriundo de recursos próprios. No valor de R\$ 30.000,00 reais.

Quadro 1 - Capital Social

| Sócios | Valor R\$ | Participação (%) |
|-----------------------|------------------|-------------------------|
| Ygor Nunes de Freitas | 15.000,00 | 50% |
| Erica Cabral Guedes | 15.000,00 | 50% |

Fonte: Elaboração própria, (2018)

2 ANÁLISE DE MERCADO

Mesmo diante de uma crise econômica, com grande impacto também no setor automobilístico, o Estado da Paraíba continuou apresentando crescimento nos segmentos de compra e venda de carros e motos, no ano de 2017. Segundo dados do DETRAN-PB¹, nos dez anos de 2004 a 2014, a frota de veículos, no município de João Pessoa, teve um aumento de 157%, conforme Figura 2.

Figura 2 - Crescimento da frota de veículos

|  <p>ESTADO DA PARAÍBA SECRETARIA DE ESTADO DA SEGURANÇA E DEFESA SOCIAL DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO Seção de Estudos e Estatísticas DETRAN/PB EVOLUÇÃO DA FROTA EM 11 ANOS</p> | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|------------|
| MUNICÍPIO | ANO | | | | | | | | | | | | EVOLUÇÃO % |
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | |
| João Pessoa | 124.884 | 131.573 | 139.650 | 151.805 | 167.336 | 186.896 | 207.868 | 234.014 | 259.797 | 281.830 | 302.123 | 320.339 | 157% |
| C. Grande | 61.509 | 66.173 | 71.154 | 77.881 | 85.423 | 94.968 | 104.274 | 115.014 | 125.834 | 135.558 | 144.337 | 151.924 | 147% |
| Guarabira | 5.452 | 5.840 | 6.339 | 7.077 | 8.175 | 9.442 | 10.668 | 12.018 | 13.415 | 14.608 | 15.633 | 16.600 | 204% |
| Patos | 14.641 | 15.420 | 16.201 | 17.652 | 19.464 | 22.081 | 25.271 | 29.388 | 33.590 | 36.350 | 39.145 | 41.269 | 182% |
| Sousa | 8.522 | 9.320 | 10.068 | 11.005 | 12.143 | 14.223 | 16.165 | 18.084 | 19.724 | 21.509 | 23.481 | 25.373 | 198% |
| Cajazeiras | 9.565 | 10.172 | 10.922 | 11.909 | 13.094 | 14.645 | 16.441 | 18.433 | 20.385 | 22.314 | 24.243 | 26.286 | 175% |
| ESTADO | 336.333 | 361.573 | 390.967 | 434.681 | 487.763 | 553.945 | 623.737 | 709.628 | 805.055 | 889.655 | 970.140 | 1.046.484 | 211% |

Fonte: Detran-PB, (2014)

No último levantamento do IBGE, em 2016, a frota de carros em João Pessoa era equivalente a 195.416 mil carros. De acordo com o DETRAN-PB, houve um aumento em torno de 259.226 veículos, o que corresponde a um crescimento de aproximadamente 33%. Na Paraíba, a frota de carros ultrapassa a casa do milhão, com cerca de 1.238.916 carros circulando pelo Estado. Já a quantidade de condutores, segundo estimativa do DETRAN-PB, é de 884.061. Evidenciando, assim, que existem mais carros do que condutores habilitados, ou seja, é possível inferir que, no geral, os consumidores de automóveis do Estado possuem mais de um veículo. Deste modo, o presente plano de negócios tem como objetivo subsidiar o planejamento da empresa, no longo prazo, visto que, em João Pessoa, existe volume de veículos suficiente para viabilizar o empreendimento.

¹ <http://www.detran.pb.gov.br/index.php/estatisticas.html>, acesso em maio de 2018.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE): “em reportagem, de janeiro de 2009, concedida à revista Pequenas Empresas Grandes Negócios (PEGN), os serviços de lavagem a seco, compreendem somente uma parcela de 5% do total de serviços de lavagens de automóveis realizados no Brasil. Devido ao apelo ecológico, este tipo de serviço tem sido mais procurado por pessoas preocupadas com o meio ambiente, comumente pertencentes às classes de renda média e alta da população.

Ainda que o mercado potencial para um lava-jato a seco seja representado pela quantidade de automóveis em circulação no bairro, região ou cidade, do ponto de vista do empreendedor, conhecer o perfil dos proprietários desses veículos e público-alvo de seus serviços é importante, tanto para definir a localização do empreendimento quanto para direcionar os investimentos e esforços de divulgação”. Desse modo, de acordo com análise de mercado, ainda existem lacunas não atendidas e uma grande demanda no Estado da Paraíba. Foi utilizado o método de cliente oculto em alguns concorrentes na cidade de João Pessoa, a fim de analisar os processos e padrões dos lava jatos e avaliar as experiências de alguns serviços oferecidos.

Visto que os clientes estão cada vez mais exigentes e preocupados com o meio ambiente, a Studio Automotivo trará os dois tipos de serviços, as lavagens ecológicas e as lavagens normais. Assim, podemos alcançar os dois públicos. E trabalhar para que, cada vez mais, seja implantada a cultura da lavagem ecológica, objetivando menor impacto no meio ambiente.

No entanto, para a implantação e manutenção destes serviços inovadores, o custo inicial se torna maior que os demais lava-jatos. Desse modo, será necessário um grande esforço, primeiramente, na captação de clientes. E o ponto de partida será aplicar estratégias que possibilitem a conquista necessária destes.

2.1 Análise dos Clientes

2.1.1 Público-Alvo

a) Pessoas Físicas

Hoje, o público está bastante heterogêneo. Não existe aquela ideia de que apenas o homem está voltado aos serviços de carros, e sim que as mulheres estão, cada vez

mais, inseridas neste ambiente. Assim, os consumidores são homens e mulheres, de classe média e classe média alta, com mais de 18 anos que possuam um ou mais veículos de grande e pequeno porte, ou motocicletas, normalmente compram quinzenalmente os serviços de um lava jato e buscam pela qualidade.

b) Pessoas Jurídicas

Empresas que tenham frotas próprias, tais como concessionárias, emissoras de televisão, fábricas e distribuidores em geral e equivalentes.

2.1.2 Comportamento dos Clientes

De acordo com a pesquisa de mercado, existe uma desconfiança na hora de deixar seu carro nos lava-jatos. Houve relatos de pessoas que tiveram seus pertences furtados. Desse modo, teremos que quebrar esses preconceitos existentes e buscar fidelizar nossos clientes a partir de uma perspectiva de confiança.

Foi identificado ainda que pessoas que compram os serviços de lavagem automotiva, estão buscando, na sua grande maioria, a comodidade. Assim, é de suma importância que o cliente que fique aguardando a finalização do serviço tenha alguma forma de entretenimento.

2.2 Análise da Concorrência

Os principais concorrentes são os lava-jatos encontrados no centro da cidade de João Pessoa, pois, a maioria, devido ao seu tempo de mercado e estrutura física, consegue atrair muitos clientes. Outro concorrente potencial é o Auto Clean, um lava jato localizado no bairro da Torre que, diariamente, atrai expressivamente clientes de todos os bairros da grande João Pessoa, devido à sua proposta de serviço. Temos também o lava jato Elefante Azul que, devido ao seu tempo de mercado e localização, existe uma demanda expressiva. Outro concorrente potencial é a Auto Studio PB, pois fica localizado relativamente próximo da NF Studio Automotivo.

Quadro 2 - Análise da Concorrência

| Empresa | Serviços | Qualidade | Preço | Pagamento | Localização | Atendimento | Infraestrutura |
|---------|----------|------------|-------|-----------|-------------|-------------|----------------|
| | Todas as | Excelente; | Preço | | | | Excelente |

| | | | | | | | |
|----------------|---------------------------------|----------------------------|---|----------------------|-------------------|-------------------|---------------------------------------|
| Auto Clean | opções de lavagens automotivas; | empresa com boa reputação. | Elevado, acima de todos os outros concorrentes. | À vista ou no cartão | Boa Localização | Bom atendimento; | infraestrutura atende uma boa demanda |
| Elefante Azul | Todas as opções de lavagens | Razoável; | Preço médio. | À vista ou no cartão | Ótima localização | Precisa melhorar; | Boa, com pontos a serem reformados. |
| Auto Studio PB | Todas as opções de lavagens | Boa; | Preço Elevado | À vista ou no cartão | Boa localização | Bom Atendimento | Ruim, espaço pequeno. |

Fonte: Elaboração Própria, (2018)

2.3 Análise SWOT

A fim de analisar de forma estratégica o cenário do mercado em questão, utilizamos a Matriz SWOT, que identifica os pontos característicos da organização, podendo ser forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Quadro 3 - Análise SWOT

| FORÇAS | FRAQUEZAS |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Equipe bem treinada • <i>Delivery</i> • Banco de Dados • Localização próprio | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade Produtiva Delimitada |
| OPORTUNIDADES | AMEAÇAS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Serviços Personalizados • Aumento da Estrutura • Lavagem Ecológica | <ul style="list-style-type: none"> • Muitos concorrentes • Tempo • Instabilidade Econômica |

Fonte: Elaboração Própria, (2018)

2.3.1 Forças

- **Equipe bem Treinada:** como o foco principal será o detalhamento das lavagens, desde a mais simples até a completa, toda nossa equipe passará por constantes treinamentos, visando sempre o aperfeiçoamento dos serviços.
- **Delivery:** o serviço de buscar e deixar o veículo na casa do consumidor trará comodidade para nossos clientes, visto que não implicará a indisponibilidade de tempo.

- **Banco de Dados:** todos os nossos clientes passarão por um cadastro e, a partir dele, poderemos mensurar o nível de satisfação, por meio de mensagens via SMS; também iremos, em datas comemorativas, oferecer descontos.
- **Localização Própria:** o local da instalação do lava jato é de propriedade da família de um dos sócios, e foi concedido para iniciarmos o projeto sem custo fixo de aluguel.

2.3.2 Fraquezas

- **Capacidade Produtiva Limitada:** o tamanho do terreno delimita a quantidade de carros dentro do lava jato em processo de lavagens, impossibilitando o aumento da quantidade de carros em lavagens por hora.

2.3.2 Oportunidades

- **Serviços Personalizados:** tratar os clientes de forma específica, entendendo a demanda de cada pessoa e buscando atender às suas necessidades;
- **Aumento da Estrutura:** existe a possibilidade de aluguel de casas vizinhas, por se tratar de um bairro residencial, e assim ter um aumento significativo no processo produtivo.
- **Lavagem Ecológica:** as lavagens ecológicas são uma tendência que vem para ficar. Está acontecendo uma conscientização das pessoas, com o cuidado no meio ambiente, visto que implica diversas formas de iniciativas, desde as mais simples, como separar o lixo, até as opções de serviços que diminuem o impacto no meio ambiente.

2.3.3 Ameaças

- **Tempo:** infelizmente, em tempos de chuva, a demanda nos serviços de lavagens automotivas reduz; o que implica um provável déficit financeiro.
- **Muitos Concorrentes:** o mercado é favorável para este tipo de serviço, principalmente por se tratar de uma empresa de custo inicial relativamente

baixo, deste modo existem inúmeros concorrentes no mercado, principalmente na região onde será instalada a organização.

- **Instabilidade Econômica:** recentemente o País passou por uma crise financeira que abalou os brasileiros, e diante desta instabilidade é natural, que exista a retenção de despesas.

3 PESQUISA DE MERCADO

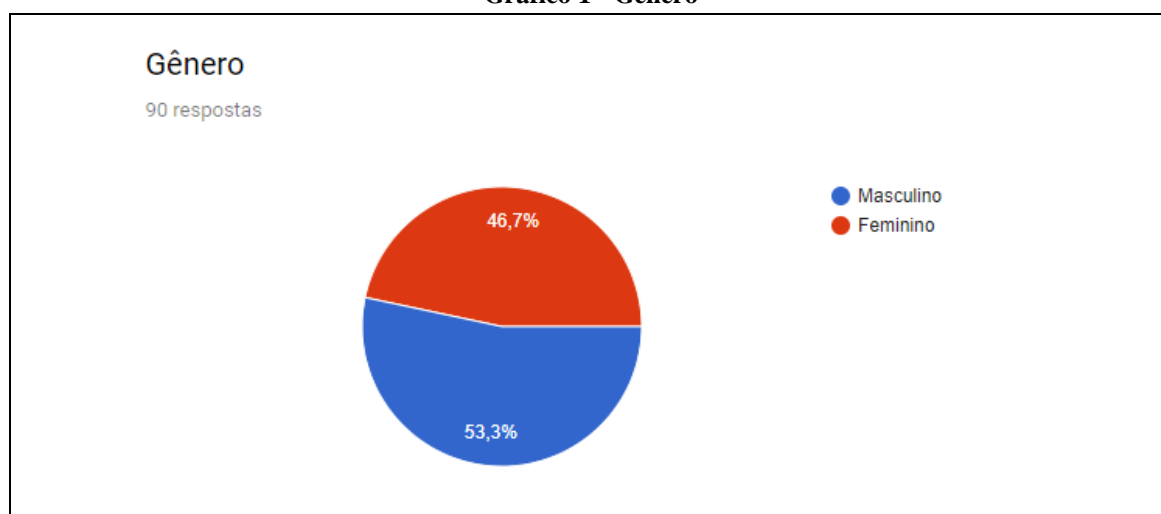
Diante da perspectiva inovadora da NF Studio Automotivo, utilizamos, a princípio, o método de pesquisa quantitativa e qualitativa, com questionário aplicado via internet, a fim de legitimar o plano de negócio. É necessário destacar que a pesquisa realizada não teve o objetivo de fazer inferências estatísticas sobre o mercado de João Pessoa, mas, identificar os pontos de melhoria e lacunas existentes neste tipo de serviço.

Deste modo, foram estudadas informações que visam a definir nossa estratégia inicial de mercado, fomentando políticas que desenvolvam o crescimento sustentável da organização junto com a sua proposição de serviços prestados.

3.1 Analisando o Perfil do Cliente

A pesquisa evidenciou que o perfil do cliente de lavagens automotiva está cada dia mais exigente, pois se preocupa com a aparência e a manutenção de seus veículos. Desse modo, seguem os cenários observados.

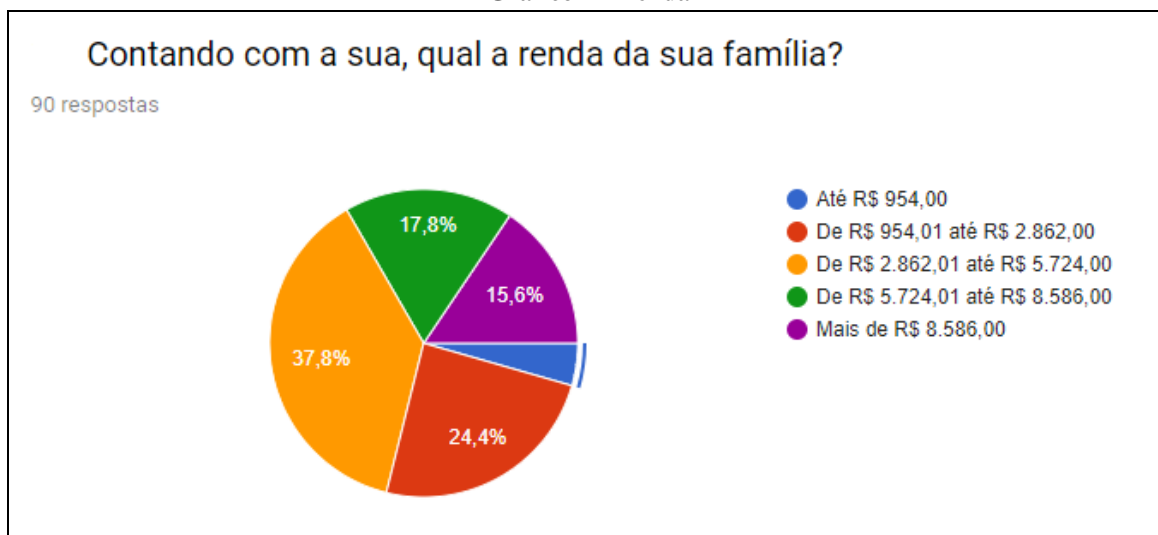
Gráfico 1 - Gênero



Fonte: Dados da Pesquisa, (2018)

Observa-se que o público que busca este tipo de serviço não são apenas os homens, mas as mulheres estão, cada vez mais, inseridas neste âmbito; isso gerou uma relevante informação, visto que a NF Studio Automotivo poderá trabalhar promovendo ações que insiram e atendam as necessidades específicas do público feminino.

Gráfico 2 - Renda

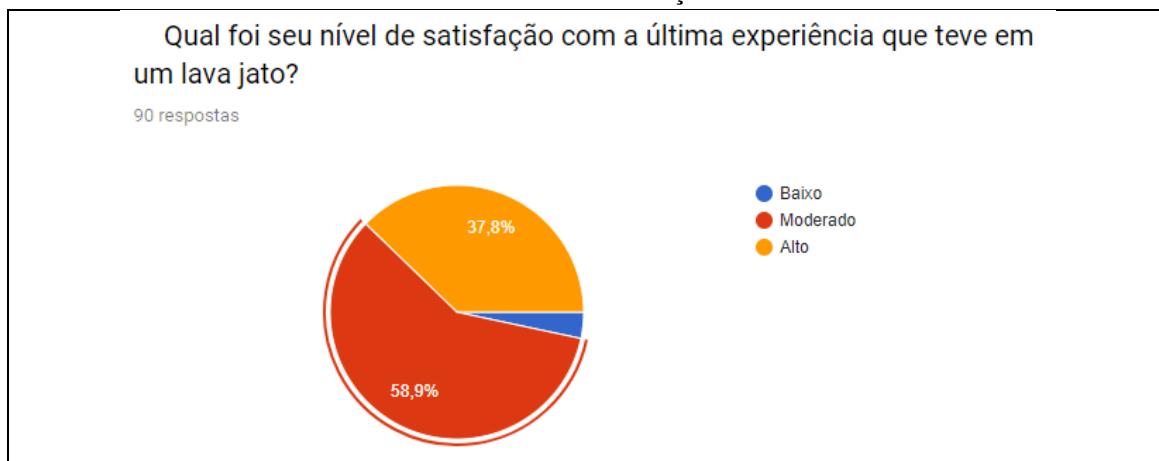


Fonte: Dados da Pesquisa, (2018)

No que tange à renda familiar, foi identificado que a grande maioria dos usuários do serviço de lavagens são pessoas inseridas na classe média e classe média alta.

3.2 Análise da Satisfação dos Clientes

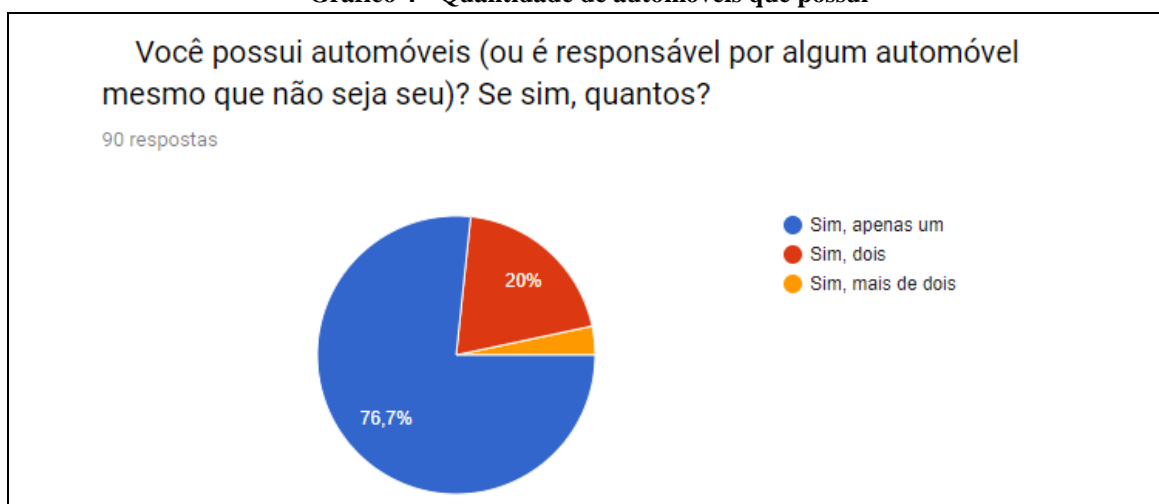
Tentamos, ainda, identificar qual o nível de satisfação dos clientes que utilizam o serviço de lavagens automotivas para, assim, conseguir trabalhar de forma mais eficiente em nosso processo produtivo. Identificou-se que a grande maioria dos entrevistados se sentiu, em algum momento, insatisfeito com os serviços dos lava-jatos que frequentaram. E a frequência maior das reclamações foi na finalização do serviço, pois foi relatado que ficou incompleto, ou foram encontrados manchas e arranhões na pintura.

Gráfico 3 - Satisfação

Fonte: Dados da Pesquisa, (2018)

Identificamos que existe um alto nível de insatisfação nos serviços de lavagens automotivas, principalmente quando não se cumpre o que foi acordado no serviço. Desse modo, para minimizar o risco, a NF Studio Automotivo terá um registro de *feedback*, para que os clientes possam expressar sua opinião com relação à prestação do serviço.

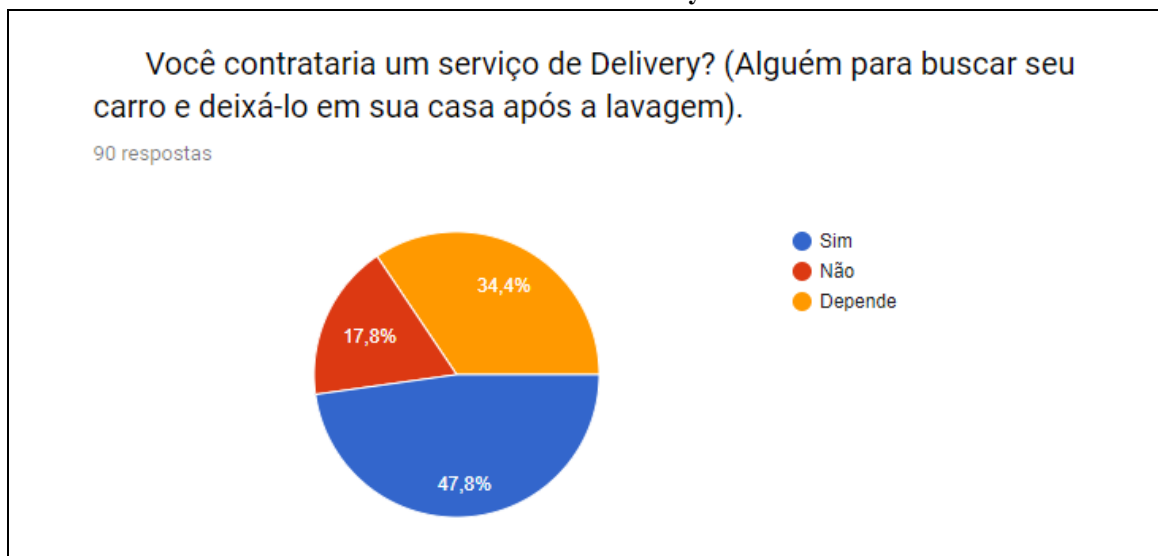
3.3 Analisando a Futura Demanda

Gráfico 4 - Quantidade de automóveis que possui

Fonte: Dados da Pesquisa, (2018)

O Gráfico 4 mostra que a grande maioria dos entrevistados possui apenas um carro, compreendendo assim que é de suma importância um serviço de alta qualidade, porém com agilidade.

Gráfico 5 - Delivery



Fonte: Dados da Pesquisa, (2018)

Visto esta demanda, a NF Studio Automotivo terá a opção de um serviço de *delivery*, onde não seria necessário o cliente despendar tempo para ir ao lava jato. Porém, é uma cultura que depende muito do nível de satisfação dos clientes, dado que os consumidores deste serviço ainda não dispõem de um nível de confiança elevado.

Todos os veículos passarão por um *check list* no qual serão verificados os detalhes do automóvel, tais como: pequenos danos, objetos, necessidades e o tempo estimado do processo de lavagem. Este método auxiliará na avaliação final do veículo, e trará confiança ao consumidor. Uma vez que foi identificado na pesquisa de mercado que os clientes de lava jatos, não se sentem totalmente seguros. Pois, em muitos casos, tiveram alguns pertences desaparecidos e pequenos arranhões na lataria do seu veículo. Desse modo, toda a estrutura da NF Studio Automotivo contará também com um sistema de câmeras, para garantir uma maior segurança.

Outro serviço diferenciado que será promovido pela NF Studio Automotivo será a calibragem dos pneus quando necessário, com a intenção de possibilitar um maior conforto e segurança aos nossos clientes; pois um pneu bem calibrado garante mais segurança e auxilia na redução do consumo de gasolina. O cliente irá dirigir num veículo higienizado e com os pneus calibrados.

3.4 Análise Geral dos Resultados

Os indicadores mostram que existe uma carência com relação aos serviços de lavagens que pode ser suprida a partir de princípios básicos de atendimento, tais como:

conforto, comodidade e qualidade. Dentro da cidade de João Pessoa, existe uma grande gama de concorrentes, porém poucos clientes fidelizados. Em suma, os consumidores não priorizam o serviço de lavagens na sua agenda. Assim, reverter este cenário será uma tarefa da NF Studio Automotivo. Nosso grande diferencial será a busca da fidelização dos nossos clientes por meio de práticas de qualidade.

Como a NF Studio Automotivo passará por registros de *feedbacks* dos clientes, poderá mensurar e aplicar formas efetivas de melhorias, de acordo com as opiniões reais dos nossos consumidores.

4 PLANO DE MARKETING

4.1 Produtos e serviços

Quadro 4 - Mix de produtos

| | |
|--------------------------|---------------------------------|
| Lavagem básica | Lavagem de motor |
| Higienização Interna | Higienização de Ar Condicionado |
| Revitalização da Pintura | Lavagem de carros Alagados |
| Embelezamento de carros | Tratamento de bancos de couro |
| Lavagens de motos | |

Fonte: Elaboração própria, (2018)

* Serviços com variação de preço conforme o porte do veículo.

4.1.1 Descrição dos Serviços

- **Lavagem Básica:** o procedimento da lavagem básica será a limpeza externa detalhada, com *shampoos* apropriados para a lataria, e produtos para os pneus; a limpeza interna detalhada com silicone, aspiração e aplicação do aromatizante veicular. Para clientes que optem pelo serviço ecológico, a limpeza externa não utilizará água, e sim, produtos específicos para este serviço, que contém uma base removedora de sujeira, além de panos especiais que não agridem a pintura do veículo.
- **Lavagem de Motor:** a lavagem do motor terá duas opções: lavagem comum a seco, com produtos e pincéis. E a lavagem com água e desengraxante para limpeza mais profunda com manchas de óleo.
- **Higienização Interna:** lavagem de bancos, tetos, portas e carpetes no qual será utilizado um equipamento e produtos para remoção de sujeiras que não são retiradas com a aspiração simples, visto que elas se localizam dentro do estofado do veículo, como ácaros e fungos.
- **Higienização de Ar-Condicionado:** limpeza com produtos específicos, ou troca do filtro de ar.
- **Tratamentos em Bancos de Couro:** limpeza feita com produtos específicos que limpam, hidratam, e conservam.
- **Revitalização de Pinturas:** inicia-se com um isolamento de todas as borrachas e plásticos do veículo; passa para um tratamento na pintura no qual são

utilizadas lixas, equipamentos e produtos para retirada de pequenos arranhões, trazendo o espelhamento e a proteção da lataria do veículo.

- **Embelezamento de Carros:** esta opção comporta quatro tipos de serviço: lavagem detalhada do veículo, lavagem do motor, a higienização do ar condicionado e um polimento na máquina.
- **Lavagens de Carros Alagados:** retira-se a água interna do veículo em um processo de aspiração e passa para a higienização interna (conforme descrita acima). Esta opção de lavagem ocorrerá de acordo com a necessidade do cliente, visto que em período de chuvas ocorrem diversos alagamentos na cidade de João Pessoa.
- **Lavagens de Motos:** lavagem do motor com produtos especiais; caso seja necessário, será retirada a carenagem e o banco para limpeza detalhada, e polimento do tanque.

4.2 Logo

Figura 3 - NF Studio Automotivo



Fonte: Elaboração própria, (2018)

4.3 Preço

Os preços estão de acordo com a média da cidade de João Pessoa, visto que preços competitivos são uma estratégia inicial para o aumento das vendas. Mas, a qualidade nos serviços oferecidos pela NF está acima dos aplicados no mercado de lavagens. Segue abaixo a precificação:

Quadro 5 - Precificação

| | |
|---------------------------------|------------|
| Lavagem Básica | R\$ 30,00 |
| Higienização de Ar Condicionado | R\$ 80,00 |
| Revitalização da Pintura | R\$ 230,00 |
| Embelezamento de Carros | R\$ 250,00 |
| Lavagem de Motor | R\$ 25,00 |
| Higienização Interna | R\$ 180,00 |
| Lavagem de Carros Alagados | R\$ 200,00 |
| Tratamento de Bancos de Couro | R\$ 70,00 |
| Lavagens de Motos (a partir) | R\$ 20,00 |

Fonte: Elaboração própria, (2018)

4.4 Estratégias Promocionais

Será realizado um cadastro dos clientes visando controle para premiações: a cada quatro lavagens, ganhará um polimento simples (polimento feito à mão) e, a cada sete lavagens, ganhará uma lavagem básica gratuita. Foi identificado na pesquisa que os clientes buscam os serviços pelas redes sociais, desse modo, iremos lançar sorteios e brindes, tais como chaveiros, camisas, copos e bonés, para impulsionar a marca nos meios digitais. Será realizada também propaganda por meio de panfletos e distribuição de cartões em prédios da região, buscando implantar a lembrança do lava jato.

O Lava Jato patrocinará eventos do ramo automobilístico como encontros, oficinas e trilhas. Este patrocínio acontecerá de acordo com solicitação prévia e será estipulado um valor fixo para realização de tais eventos. E o clube patrocinado terá desconto em qualquer um de nossos serviços. Teremos também uma opção de pacotes de lavagens para clubes de trilhas, no qual será incluso um reboque exclusivo para o transporte dos veículos no pós-evento.

Um grande diferencial da empresa será o serviço de *delivery* (onde iremos buscar e levar o veículo). Desse modo, o cliente terá total comodidade na aquisição do serviço de lavagens. Teremos um motorista em tempo integral à disposição para buscar e levar o veículo do cliente quando necessário. Este serviço terá um pequeno custo de acordo com a localidade.

Além disso, caso o cliente opte por aguardar a execução dos serviços dentro do lava jato, terá disponível opções de entretenimento para que, durante este período, ele se mantenha confortável. Teremos salas climatizadas com dois ambientes integrados, todas com Wi-fi. Em umas das salas, terá uma TV LCD, bebedouro, café e bolachas. No outro ambiente, terá, inicialmente, disponível uma sala de jogos com Playstation, e outros tipos de jogos de tabuleiro.

4.5 Localização do Negócio

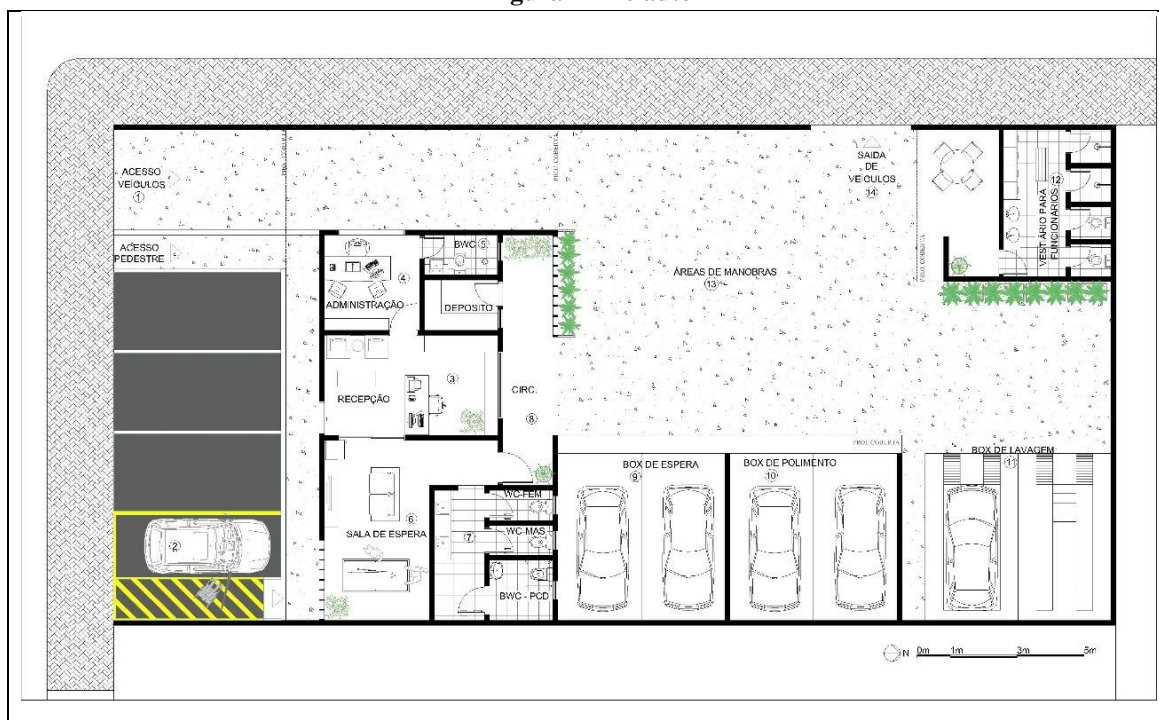
Sediada na Praça Senador Assis Chateaubrinad, nº 48, Treze de Maio, João Pessoa. Por se tratar de um terreno familiar, não haverá o custo fixo do aluguel. Inicialmente, será necessária a criação de um poço artesanal, visto a redução no consumo de água e a preocupação com o meio ambiente. Segundo os dados levantados a localização tem um potencial promissor, pois fica entre uma avenida principal e existe um grande fluxo de carros. O outro fator primordial é que abrange diversos bairros dentre eles o centro da cidade, onde se encontra uma grande demanda de empresas com frotas de carros, e poderemos prospectar novos clientes.

5 PLANO OPERACIONAL

Nesta parte do plano, apresentaremos todo o processo do empreendimento.

5.1 Leiaute

Figura 4 - Leiaute



Fonte: Elaboração Própria, (2018)

- 1 Acesso dos Veículos
- 1 Estacionamento
- 2 Recepção
- 3 Administração
- 4 Banheiro 1
- 5 Sala de Espera
- 6 Banheiros para Clientes
- 7 Área de Circulação (clientes)
- 8 Box de Espera
- 9 Box de Polimento
- 10 Rampas
- 11 Vestiário dos Funcionários
- 12 Área de Manobra

13 Saída de Veículos

5.2 Capacidade Instalada

O projeto instalado tem a capacidade de atender uma demanda média mensal de 331 carros e 100 motos, com os serviços de lavagens e polimentos. Para a melhor implantação do equipamento construído e melhor desempenho das atividades oferecidas, faz-se necessário um terreno com dimensões mínimas de 15x30m e que possua duas frentes, para que haja diferenciação dos acessos de entrada e saída, evitando, assim, congestionamentos no entorno.

5.3 Processos Operacionais

Todo o processo produtivo da empresa é bastante simples e intuitivo. Segue a apresentação do processo.

5.3.1 Atendimento

A primeira etapa do processo começa com o atendimento do cliente; Ele passa por um breve cadastro na recepção e informa qual o serviço a ser realizado. A recepção é propositalmente em frente ao estacionamento da empresa, para que o cliente se sinta acolhido desde o primeiro contato com a organização.

5.3.2 *Check list*

Após o cadastro do cliente, ele tem a opção de ficar aguardando o seu carro na sala de espera, que terá sofás, tv, *wi-fi*. O carro segue para parte de vistoria, que será realizada no *hall* de manobras; nesta etapa são verificados todos os pertences que estão dentro do carro e discriminados em uma planilha na qual o cliente deverá assinar.

5.3.3 Rampas de Lavagens

Após esta vistoria, o carro segue para a rampa de lavagem onde será retirada toda a sujeira externa do veículo, limpeza por baixo, aplicação de *shampoos*, e enxague.

Quem for realizar a opção de lavagem ecológica, não passará pelo processo da rampa, visto que o método tem que ser realizado na sombra.

5.3.4 Secagem

Depois, segue para o *box* de espera onde o carro passará pelo processo de secagem, aspiração de pó, aplicação de silicone, higienização de ar condicionado limpezas de banco de couro, tratamento de teto, dentro outros serviços (quando solicitados).

5.3.5 Polimentos – Revitalizações

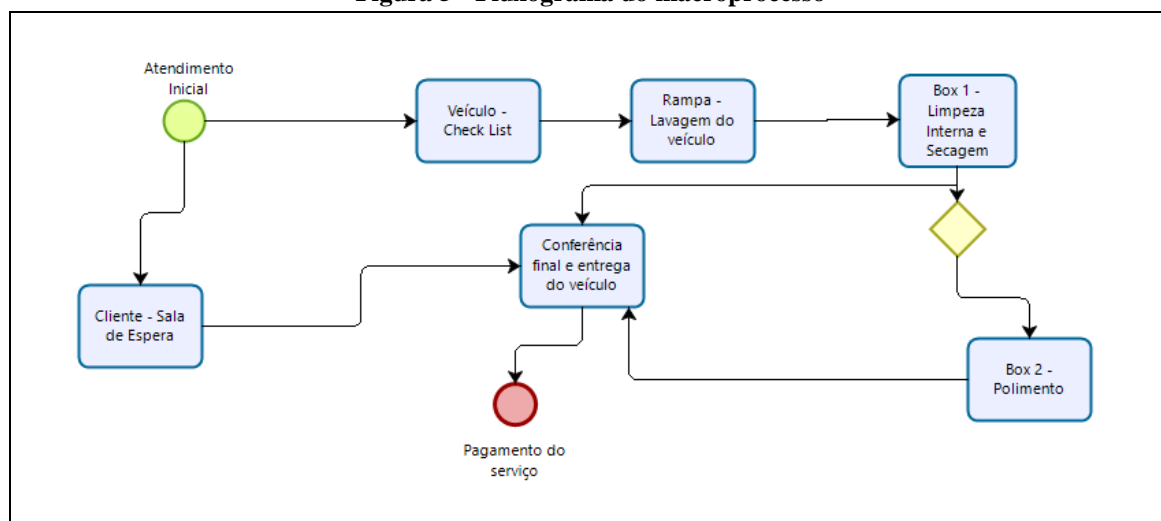
No caso de revitalização da pintura, embelezamento de carros, e polimentos, segue para o segundo *box*, onde são aplicados os produtos necessários para o procedimento com o auxílio do equipamento.

5.3.6 Finalização

Após a finalização do polimento, segue para a verificação do cliente e pagamento do serviço.

5.4 Fluxograma do Processo

Figura 5 - Fluxograma do macroprocesso



Fonte: Elaboração Própria, (2018)

5.5 Necessidade de Pessoal

5.5.1 Recrutamento

Todo o processo de seleção da NF Studio Automotivo será por meio de entrevistas nas quais será necessário ter conhecimento na área. O funcionário passará por um período de experiência quando serão avaliados fatores como organização, motivação, comprometimento e espírito de equipe. Logo após este período de teste, o funcionário estará apto para a efetivação.

5.6 Políticas Motivacionais

Sabe-se que manter uma equipe sempre motivada é uma tarefa árdua que demanda esforço e tempo. Desse modo, a NF Studio Automotivo trará políticas de reuniões mensais para promover a interação da equipe; buscaremos entender as necessidades dos seus colaboradores para que todos se mantenham engajados nas metas propostas pela organização. Todo funcionário terá um plano de carreira na organização, e a empresa se comprometerá a disponibilizar meios para a sua capacitação profissional. Serão realizadas premiações trimestrais com incentivos financeiros, folgas e comemorações da equipe.

6 PLANO FINANCEIRO

6.1 Investimento Inicial

Quadro 6 – Investimento Fixo Inicial

| Item | Descrição | Quantidade | Valor Unitário | Valor Total |
|--------------|----------------------------|------------|----------------------|--------------|
| 01 | Compressor de Ar | 02 | R\$ 1.500,00 | R\$ 3.000,00 |
| 02 | Computador e Impressora | 01 | R\$ 1.500,00 | R\$ 1.500,00 |
| 03 | Aspiradores de Água e Pó | 03 | R\$ 400,00 | R\$ 1.200,00 |
| 04 | Jatos de Água | 02 | R\$ 330,00 | R\$ 660,00 |
| 05 | Mangueiras de Alta Pressão | 02 | R\$ 150,00 | R\$ 300,00 |
| 06 | Pistola Tornado Extrator | 02 | R\$ 300,00 | R\$ 600,00 |
| 07 | Politriz | 01 | R\$ 300,00 | R\$ 300,00 |
| 08 | Máquina de Shampoo | 01 | R\$ 450,00 | R\$ 450,00 |
| 09 | Aparelho Telefônico | 01 | R\$ 30,00 | R\$ 30,00 |
| 10 | Rampa para Lavagem | 01 | R\$ 500,00 | R\$ 500,00 |
| 11 | Ar Condicionado 7000btus | 02 | R\$ 800,00 | R\$ 1.600,00 |
| 12 | TV LCD42 Polegadas | 01 | R\$ 1.400,00 | R\$ 1.400,00 |
| 13 | Sistema de Câmeras | 05 | R\$ 1.200,00 | R\$ 1.200,00 |
| 14 | Poço Artesiano | 01 | R\$ 5.000,00 | R\$ 5.000,00 |
| 15 | Mesas Cadeiras e Sofás | 04 | R\$ 2.600,00 | R\$ 2.600,00 |
| TOTAL | | | R\$ 20.340,00 | |

Fonte: Elaboração Própria, (2018)

6.2 Capital de Giro – Estoque Inicial

Quadro 7 – Investimento Fixo: Insumos

| Item | Descrição | Valor |
|------|----------------|------------|
| 01 | Shampoo | R\$ 100,00 |
| 02 | Cera | R\$ 100,00 |
| 03 | Esponja | R\$ 125,00 |
| 04 | Desengraxante | R\$ 95,00 |
| 05 | Limpa Pneus | R\$ 65,00 |
| 06 | Desodorizantes | R\$ 115,00 |

| | | |
|--------------|--|---------------------|
| 07 | Produtos para Limpeza Interior | R\$ 940,00 |
| 11 | Luvas de Plásticos para Cobrir os Bancos | R\$ 250,00 |
| TOTAL | | R\$ 1.790,00 |

Fonte: Elaboração própria, (2018)

6.2.1 Despesas Operacionais

Quadro 8 - Despesas Operacionais

| Item | Descrição | Valor |
|--------------|---------------------------|---------------------|
| 01 | Água – Custo Fixo do Poço | R\$ 200,00 |
| 02 | Energia | R\$ 250,00 |
| 03 | Internet | R\$ 110,00 |
| 04 | Material de Expediente | R\$ 100,00 |
| 05 | Contador | R\$ 954,00 |
| 06 | Pró-Labore | R\$ 2.800,00 |
| 07 | Despesas de Propaganda | R\$ 200,00 |
| TOTAL | | R\$ 4.614,00 |

Fonte: Elaboração própria, (2018)

6.2.2 Despesas com Pessoal

Quadro 9 - Despesa com Pessoal

| Descrição | Quantidade | Salário Médio | Encargos (%) | Salário Total |
|-----------------|------------|---------------|--------------|---------------------|
| Lavador/Polidor | 2 | R\$ 1.036,00 | R\$ 165,76 | R\$ 2.237,76 |
| Serviços Gerais | 1 | R\$ 954,00 | R\$ 76,32 | R\$ 1.030,32 |
| TOTAL | | | | R\$ 3.268,08 |

Fonte: Elaboração própria, (2018)

6.3 Contas a Receber

Nossos clientes terão a opção de pagamento no cartão de crédito com opções de parcelamento, em até duas vezes, quando os serviços ultrapassarem o valor de R\$ 200,00. Os demais serviços serão para o vencimento, ou em espécie. Segue abaixo uma estimativa das vendas.

Quadro 100 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas

| Prazo | (%) | Nº de dias | Média |
|--------------------------|-----|------------|----------------|
| À vista | 60 | - | - |
| A prazo | 40 | 30 | 12 |
| Prazo Médio Total | | | 12 dias |

Fonte: Elaboração própria, (2018)

6.3.1 Prazo Médio de Compras – Fornecedores

Quadro 11 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas

| Prazo | (%) | Nº de dias | Média |
|--------------------------|-----|------------|----------------|
| À vista | 50 | - | - |
| A prazo | 50 | 30 | 15 |
| Prazo Médio Total | | | 15 dias |

Fonte: Elaboração própria, (2018)

6.4 Depreciação

Considerando a vida útil dos equipamentos de grande porte, a estimativa da depreciação corresponde a cinco. Para os de pequeno porte, uma vida útil de dois anos. Segue abaixo Quadro 12:

Quadro 12 - Depreciação

| Descrição | Valores em R\$ | Vida Útil | Depreciação (%) | Depreciação Anual |
|----------------------------------|----------------|-----------|-----------------|-------------------|
| Equipamentos de grande porte | 10.310,00 | 05 anos | 05 | R\$ 515,50 |
| Equipamentos de pequeno porte | 1.530,00 | 02 anos | 10 | R\$ 153,00 |
| TOTAL DA DEPRECIÇÃO ANUAL | | | | R\$ 668,50 |

Fonte: Elaboração Própria, (2018)

6.5 Caixa Mínimo

O caixa mínimo é uma reserva destinada para financiar os custos operacionais nos primeiros meses de vida da organização. Segue abaixo uma projeção;

Quadro 13 - Caixa Mínimo

| | |
|--|---------------|
| Custo Fixo Mensal | R\$ 8.550,58 |
| Custo Variável Mensal | R\$ 6.295,22 |
| Custo Total da Empresa | R\$ 14.845,80 |
| Custo Total diário | R\$ 445,37 |
| Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias) | 2 dias |
| Caixa Mínimo | R\$ 890,75 |

Fonte: Elaboração Própria, (2018)

6.6 Receita Operacional

O Quadro 14 mostra uma projeção das receitas quando a empresa opera com a capacidade em 100% dos serviços que tem maior busca dentro dos lava jatos de João Pessoa.

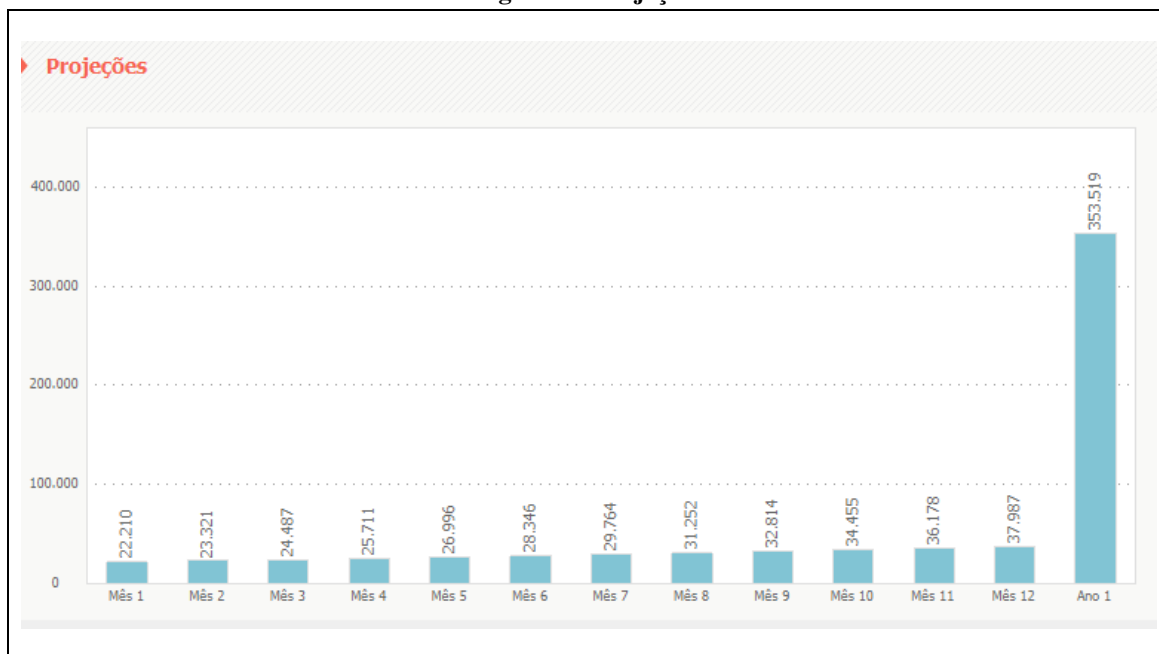
Quadro 14 - Receita Operacional

| Serviço | Preço | Serviço- Mês | Faturamento (mês) | Faturamento (ano) |
|---------------------------------|------------|--------------|----------------------|-----------------------|
| Lavagem Básica | R\$ 30,00 | 300 | R\$ 9.000,00 | R\$ 108.000,00 |
| Embelezamento de Carros | R\$ 250,00 | 04 | R\$ 1.000,00 | R\$ 12.000,00 |
| Higienização de Ar Condicionado | R\$ 80,00 | 30 | R\$ 2.400,00 | R\$ 28.800,00 |
| Revitalização da Pintura | R\$ 230,00 | 10 | R\$ 2.300,00 | R\$ 27.600,00 |
| Lavagem de motor | R\$ 25,00 | 120 | R\$ 3.000,0 | R\$ 36.000,00 |
| Higienização Interna | R\$ 180,00 | 12 | R\$ 2.160,00 | R\$ 25.920,00 |
| Lavagens de carros alagados | R\$ 200,00 | - | - | - |
| Tratamento de banco de couro | R\$ 70,00 | 05 | R\$ 350,00 | R\$ 4.200,00 |
| Lavagem de motos | R\$ 20,00 | 100 | R\$ 2.000,00 | R\$ 24.000,00 |
| TOTAL | - | | R\$ 22.210,00 | R\$ 266.520,00 |

Fonte: Elaboração própria, (2018)

6.6.1 Projeção das Receitas

O crescimento da NF Studio Automotivo será através de uma taxa constante de 5% nos primeiros 12 meses. E de 10% a partir do segundo ano.

Figura 6 - Projeções

Fonte: Software SEBRAE, (2018)

7 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

A análise da figura 7 demonstra os cenários pessimistas e otimistas. É provável que nos primeiros meses de atividade, as vendas poderão ser menores que o esperado. Desse modo, iremos trabalhar fortemente, em campanhas de *marketing* a fim de promover a NF Studio Automotivo. Porém, mesmo neste cenário o negócio se apresenta viável. Já no cenário otimista apresenta-se uma redução nos custos e um aumento nas vendas.

Figura 7 - Cenários

| | Cenário provável | | Cenário pessimista | | Cenário otimista | |
|-----------------------------------|------------------|--------------|--------------------|--------------|------------------|--------------|
| Descrição | Valor (R\$) | (%) | Valor (R\$) | (%) | Valor (R\$) | (%) |
| 1. Receita total com vendas | R\$ 22.210,00 | 100,00 | 19.989,00 | 100,00 | 24.431,00 | 100,00 |
| 1. Receita total com vendas | R\$ 22.210,00 | 100,00 | 19.989,00 | 100,00 | 22.432,10 | 100,00 |
| 2. Custos variáveis totais | | | | | | |
| 2.1. Custos com materiais diretos | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 2.2. Impostos sobre vendas | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 2.3. Gastos com vendas | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total de custos variáveis | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 3. Margem de contribuição | 22.210,00 | 100,00 | 19.989,00 | 100,00 | 24.431,00 | 100,00 |
| Resultado operacional: | 22.175,00 | 99,84 | 19.954,00 | 99,82 | 24.396,00 | 99,86 |

Fonte: Software SEBRAE, (2018)

7.1 DRE – Demonstrativo dos Resultados

Quadro 15 - DRE

| Descrição | Valores em R\$ |
|------------------------------|----------------------|
| RECEITA TOTAL (=) | 266.520,00 |
| Prestação de Serviços | 266.520,00 |
| DEDUÇÕES (-) | R\$ 43.176,24 |
| ISS (5%) | 13.326,00 |
| Simplex Nacional (11,2%) | 29.850,24 |
| RESULTADO OPERACIONAL | 223.343,76 |
| CUSTOS | 124.086,96 |
| Salários | 39.216,96 |
| Mercadorias e Insumos | 76.848,00 |
| Depreciação | 8.022,00 |
| LUCRO OPERACIONAL | 99.256,80 |

Fonte: Elaboração Própria, (2018)

8 INDICADORES DE VIABILIDADE

8.1 Ponto de Equilíbrio

Neste momento, iremos calcular o ponto de equilíbrio, que é o nível de vendas necessárias para cobrir os custos operacionais da organização. Segue abaixo a fórmula que usamos.

Legenda: PE – Ponto de Equilíbrio; CF – Custo Fixo; IMC – Índice Margem de Contribuição; RT- Receita Total; CV- Custo Variável.

$$\text{PE} = \frac{\text{CF}}{\text{IMC}} = \frac{8.550,58}{0,8} \quad \text{PE} = 10.688,23$$

$$\text{IMC} = \frac{\text{RT} - \text{CV}}{\text{RT}} = \frac{22.210,00 - 5.388,02}{22.210,00} \quad \text{IMC} = 0,8$$

Desse modo, podemos observar que para a empresa não ter nem prejuízo nem lucro, deve contar com uma receita mínima de R\$10.688,23 (Dez mil seiscentos e oitenta e oito reais e vinte e três centavos).

8.2 Lucratividade: Margem Líquida

Este indicador mede o lucro líquido com relação às vendas. É indispensável sua utilização para inferir a competitividade da organização, sua saúde financeira, visto que, quanto maior for a sua lucratividade, melhor será o seu desempenho no processo de melhorias, desde a aquisição de novos equipamentos ao incentivo de treinamentos dos funcionários.

$$\text{Lucratividade:} \quad \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Receita Total}} = \frac{99.256,80 * 100}{266.520,00} = 37,24\%$$

Podemos constatar que, após a empresa pagar todas as suas despesas e impostos, restará um valor de R\$ 99.256,80, o que corresponde a uma lucratividade de 37,24% ao ano.

8.3 Rentabilidade

A rentabilidade determina a atratividade do negócio, visto que mensura o retorno do capital investido. Sua fórmula é obtida através de unidades de tempo, e calculada por meio do lucro líquido e o investimento total.

$$\text{Rentabilidade:} \quad \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Investimento Total}} = \frac{99.256,80 * 100}{30.000,00} = 330,85\%$$

A rentabilidade da NF Studio Automotivo é bastante atrativa devido, principalmente, aos seus baixos custos, bem como terreno próprio.

8.4 Prazo de Retorno do Investimento

Outro indicador de atratividade é o prazo de retorno do investimento, pois aponta o tempo necessário para que o valor investido seja recuperado. Sua fórmula é obtida através da divisão do investimento total pelo lucro líquido.

$$\text{PRI:} \quad \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{30.000,00}{99.256,80} = 0,30 \text{ anos.}$$

Isto indica que o período de retorno do valor destinado a NF Studio Automotivo será recuperado em um prazo de três meses.

9 DECISÃO GERENCIAL

Este plano teve como objetivo apresentar a viabilidade de implantação de uma empresa de lavagens automotivas, analisando as variáveis e mensurando os riscos. Desse modo, podemos verificar que o projeto acima é uma ferramenta factível para a implantação de uma empresa no referido segmento, sendo facilmente observada a viabilidade do negócio. O mercado de lavagens automotivas é um segmento promissor, assim, a NF, nos próximos anos, estará em pleno funcionamento, com o intuito de trazer ao mercado de João Pessoa um novo conceito no serviço de lavagens automotivas.

APÊNDICE

APÊNDICE A: Questionário de Pesquisa

Lavagem de automóveis

Prezado respondente,

Esta pesquisa tem como objetivo verificar a viabilidade da abertura de uma empresa de lavagens automotivas na cidade de João Pessoa. O questionário tem tempo de resposta estimado de apenas 5 minutos. Agradecemos sua colaboração desde já!

Gênero

Masculino; Feminino; Outro

Você possui automóveis (ou é responsável por algum automóvel mesmo que não seja seu)? Se sim, quantos?

Sim, apenas um; Sim, dois; Sim, mais de dois

Qual foi o último lava jato que você frequentou para lavar seu veículo?

O último visitado, ou, se possível, o último que você se lembra.

Por que você escolheu este lava jato?

Há quanto tempo você levou seu veículo neste lava jato?

Há alguns dias; Semana passada; Há 15 dias; Mês passado; Outro

Com que frequência você costuma usar serviços de lava jato?

1 vez por semana; 2 vezes por semana; A cada 15 dias; 1 vez no mês; Outro

Por quais meios você costuma procurar informações quando quer um serviço de lava jato?

Facebook; Instagram; Google (avaliações, localização etc.); Site da empresa; Indicações de amigos/familiares; Blogs automotivos; Revistas automotivas; Outro.

Qual foi seu nível de satisfação com a última experiência que teve em um lava jato?

Baixo; Moderado; Alto

Você já ficou insatisfeito com algum serviço de lava jato? Comente como foi sua experiência.

Você contrataria um serviço de Delivery? (Alguém para buscar seu carro e deixá-lo em sua casa após a lavagem).

Sim; Não; Depende

Se você marcou "Não" ou "Depende" na questão 11, justifique sua resposta:

Dentro de um lava jato, que o outro tipo de serviço para seu veículo você gostaria que tivesse?

Troca de óleo; Higienização de ar condicionado; Alinhamento e balanceamento;

Calibragem; Outro

Quais tipos de promoções você prefere?

Sorteios; Cartão Fidelidade; Brindes; Descontos; Outro

Como você avalia os lava jatos que já utilizou com relação a:

Higiene

Infraestrutura

Atendimento

Qualidade nos Serviços

Agilidade na entrega

Segurança

Quem é o responsável por lavar, ou levar ao lava jato, o veículo que você conduz/possui?

Eu mesmo (a)

Meu pai

Minha mãe

Meu esposo

Minha esposa

Meu irmão/Irmã

Outro

Você, ou o proprietário do veículo, tem o hábito de reservar tempo em sua agenda para a lavagem do carro? *

Sim; Não

Nas questões abaixo, indique o seu nível de concordância com as afirmativas:

Marcar 0 significa que você discorda totalmente com a afirmativa.

Marcar 10 significa que você concorda totalmente com a afirmativa.

Eu gosto de lavar meu carro (ou o carro que apenas conduzo).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eu costumo reservar um dia específico para a lavagem do meu carro (do carro que apenas conduzo).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lavar o carro é algo que prefiro pagar para que façam por mim.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lavar o carro é algo que não confio que os outros façam.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Tenho medo que roubem meus pertences no lava jato.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Não tenho tempo para lavar meu carro (ou o carro que apenas conduzo) em casa.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eu prefiro lavar meu carro (ou o carro que apenas conduzo) em lava jato ecologicamente correto.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Não confio em lava jato que cobra muito barato pela lavagem.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Costumo checar meu veículo, após a lavagem, para conferir a qualidade do serviço.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lavar o carro é uma atividade prioritária em minha agenda.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Contando com a sua, qual a renda da sua família?

Até R\$ 954,00

De R\$ 954,01 até R\$ 2.862,00

De R\$ 2.862,01 até R\$ 5.724,00

De R\$ 5.724,01 até R\$ 8.586,00

Mais de R\$ 8.586,00

Atualmente, em qual bairro você reside?

Escolaridade

Analfabeto

Ensino fundamental (completo/incompleto)

Ensino médio (completo/incompleto)

Ensino Superior (Completo/incompleto)

Pós-graduação (completo/incompleto)

Seu estado civil:

Solteiro (a)

Divorciado/Separado (a)

Casado (a)

Viúvo (a) Outro: